

## Ai câștigat un premiu într-o campanie promoțională? Fii atent la obligațiile fiscale care însoțesc acest câștig

**Atragerea și fidelizarea clienților implica din partea comercianților strategii și campanii prin care ofera discounturi, adopta operațiuni de tip cash-back sau de „puncte bonus” în tot felul de aplicații create și lansate cu diverse ocazii. Foarte populare sunt și campaniile prin care se ofera premii la cumparaturi de peste anumite praguri valorice. Obiectivul principal este acela de creștere a vânzarilor și fidelizare a clienților.**

Premiile, ca valoare și forma materiala, pun la grea încercare imaginația marketerilor din companii, începând cu voucherele pentru combustibil, excursii și sejururi oferite prin agenții de turism, cumparaturi la magazine online sau chiar pentru servicii online de video streaming. Mai mult, cumparatorii se pot înscrie și la loterie, unde câștigătorii se stabilesc prin tragere la sorți, iar premiile sunt chiar mai valoroase, comparativ cu o campanie obișnuita.

Obligațiile fiscale ce deriva din obținerea unor premii, indiferent de natura lor (în bani sau în obiecte), în astfel de campanii, sunt însă mai puțin cunoscute de catre cumparatori. Este foarte important de menționat aici ca aceștia pot avea anumite obligații fiscale, tocmai de aceea prima regula de urmat este sa citeasca în detaliu regulamentul campaniei respective. În egala masura, implicațiile fiscale pot aparea și la nivelul comercianților care organizeaza aceste campanii promoționale.

Astfel, în cazul acordarii de catre comerciant clienților sai a unor reduceri de preț, dar și a unor materiale publicitare, pliante, mostre și puncte bonus pentru stimularea vânzarilor, aceștia din urma nu datoreaza taxe. Reducerile comerciale pot fi atât clasicele discount-uri, dar, în anumite cazuri, și operațiuni de tip cash back sau alte mecanisme similare, care au început sa devina tot mai populare.

Cashback (n.n., din engl. cash = numerar, back = înapoi) este operațiunea prin care clientul primește bani înapoi, în cazul unei promoții sau unei campanii derulate de comerciant, de regula un procent din suma cheltuita. Sunt doua modalități prin care clientul beneficiaza de aceasta facilitate: fie prin reducerea operata instant, în momentul cumparaturii, când obiectul respectiv este achiziționat cu o suma mai mica față de cea afișata pe eticheta, fie prin acumularea banilor în contul de cumparator al clientului, astfel încât sa poata fi utilizați în viitor.

În substanța, din punct de vedere fiscal, operațiunea de cash-back poate fi asimilata unei reduceri comerciale, pe de alta parte ar putea fi considerata și premiu/venit din alte surse, dar aici depinde mult de cum este conceputa și implementata fiecare campanie promoționala în parte.

Pe de alta parte, pentru premiile din concursuri și cele acordate pentru promovarea produselor sau serviciilor nu se datoreaza taxe, daca valoarea premiului este mai mica de 600 lei. În cazul premiilor de peste 600 lei, organizatorul român al concursurilor / campaniilor trebuie sa declare și sa plateasca un impozit de 10% la diferența dintre valoarea premiului și suma de 600 lei. În aceasta situație, clientul nu datoreaza alte taxe și nu trebuie sa raporteze la autoritațile fiscale premiul obținut, întrucât vorbim despre o reținere la sursa a impozitului datorat.

Legislația privind practicile comerciale pentru promovarea produselor sau serviciilor este complexa. Este important ca aceste campanii sa fie atent concepute, pentru a fi pe deplin conforme atât din punct de vedere legal, cât și fiscal, iar cumparatorii sa fie informați despre regimul taxelor și impozitelor datorate. În cazul în care campaniile nu respecta reglementarile comerciale în vigoare, impozitul ce trebuie platit de catre organizator pentru premiul acordat ar putea fi de 10%, fara a se mai aplica plafonul neimpozabil de 600 lei. Mai mult, clientul poate, în unele cazuri, sa datoreze separat și contribuția de asigurari sociale de sanatate pentru premiul obținut, plafonata

însa, potrivit legii, la o anumita valoare.

Campaniile prin care sunt acordate premii cumparatorilor sunt de regula însoțite de regulamente. Acestea conțin și un capitol dedicat taxelor și impozitelor, unde sunt explicate responsabilitățile fiecărei părți. Cumparatorul ar trebui sa consulte aceste prevederi, înainte sa se înscrie în campaniile promoționale, pentru a se proteja împotriva eventualelor încălcări din neștiința sau neinformare.

Nu mai puțin important de știut este faptul ca, în cazul premiilor obținute în afara României, de la companii straine, obligația de calcul, declarare și plata a impozitului pentru premiile câștigate se transfera de la platitor la beneficiarul rezident fiscal român. Premiile taxabile vor fi raportate la autorități, în acest caz, de catre cumparator/participant, prin intermediul declarației unice, cu termen pentru depunere pâna la data de 25 mai a anului urmator celui în care a fost obținut premiul.